

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА КАК ФОРМЫ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ

Елена Витальевна КИЗИЛЬ¹, д.э.н., профессор

Никита Антонович БАРАНОВ¹, магистрант

Наталья Александровна ХОФЕРИХТЕР², к.э.н.

¹Кафедра «Экономика, финансы и бухгалтерский учет»

Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Хабаровский край, г. Комсомольск-на-Амуре, Россия

²АНО ВО Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, Санкт-Петербург, Россия

Адрес для корреспонденции: 681013, Хабаровский край, г. Комсомольск-на-Амуре, ул. Ленина, дом 27

Тел.: +79141794220. E-mail: kisel_ev@mail.ru

Аннотация

В настоящее время туризм оказывает значительное влияние на развитие социально-экономической сферы, формирование международных политических отношений, а также на сохранение природной и культурной среды, участвует в процессах интеграции и глобализации. Целью данной работы является рассмотрение основных аспектов проблемы самостоятельного туризма как перспективного направления в условиях современности. Методологической основой исследования явились статистический, аналитический, маркетинговый, расчётный методы, а также методы опроса, систематизации и классификации данных, сравнительного анализа. Определены современные тенденции развития туристической отрасли, дана характеристика ее состояния. Представлена специфика самостоятельного туризма как формы индивидуального, проведен сравнительный анализ особенностей индивидуальных и массовых туристских продуктов. Выявлен спрос на самостоятельные туры посредством проведения анкетирования потенциальных потребителей туристских услуг, проживающих на Дальнем Востоке. Полученные результаты теоретических и маркетинговых исследований имеют практическое значение в плане формирования привлекательного туристского бренда самостоятельного туризма. Перспективы будущих исследований могут быть связаны с совершенствованием процесса оптимизации технологий по формированию самостоятельных туров в условиях цифровизации посредством создания глобального конструктора самостоятельных путешествий с расширенным функционалом личного кабинета пользователя.

Ключевые слова

Индивидуальный и массовый туристский продукт; преимущества самостоятельного туризма; потенциальный спрос; возможности.

FEATURES AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT INDEPENDENT TOURISM AS A FORM OF INDIVIDUAL JOURNEY

E.V. KIZIL¹, Doctor of Economic Sciences, Professor

N.A. BARANOV¹, master's student

N.A. HOFERIHTER², Candidate of Economic Sciences

¹Department of Economics, Finance and Accounting

Komsomolsk-na-Amure State University

Khabarovsk Territory, Komsomolsk-on-Amur, Russia

²International Banking Institute named after Anatoliy Sobchak, Sankt-Peterburg, Rossiya

Address for correspondence: 681013, Lenin Avenue, 27, Khabarovsk Territory, Komsomolsk-on-Amur, Russia

Tel: +79141794220. E-mail: kasil_ev@mail.ru

Abstract

Currently, tourism has a significant impact on the development of the socio-economic sphere, the formation of international political relations, as well as the natural and cultural environment protection, and participates in the processes of integration and globalization. The purpose of this work is to consider the main aspects of the problem of independent tourism as a promising direction in the conditions of modernity. The methodological basis of the study was statistical, analytical, marketing, calculation methods, as well as methods of questioning, systematization and classification of data, comparative analysis. The current trends in the development of the tourism industry are determined, and the characteristics of its state are given. The specificity of independent tourism as a form of individual tourism is presented, a comparative analysis of the features of individual and mass tourism products is carried out. The demand for independent tours was identified through a survey of potential consumers of tourism services living in the Far East. The obtained results of theoretical and marketing research are of practical importance in terms of the formation of an attractive tourist brand of independent tourism. Prospects for future research may be related to improving the process of optimizing technologies for the creating of independent tours in the context of digitalization by creating a global constructor of independent trips with extended functionality of the user's personal account.

Keywords

Individual and mass tourism product; benefits of independent tourism; potential demand; possibilities.

Введение. Туризм является одним из самых крупных и динамичных секторов в экономике, который включает в себя множество видов деятельности. Массовый (групповой) туризм – это вид поездок, в котором большое количество туристов одновременно путешествуют в одном направлении в рамках согласованной программы. По сравнению с индивидуальным туризмом, массовый может быть рассмотрен как невостребованное направление, поскольку в настоящее время основополагающими проблемами является его влияние на

окружающую среду, неактуальность в условиях развития таких тенденций в сфере туризма как «персонализация», «индивидуализация», «цифровизация», «электронная коммерция» и другие. Кроме того, массовый туризм способствует снижению культурной и экологической ценности местности, потому что в результате его негативного воздействия местный образ жизни может кардинально измениться.

При рассмотрении данной темы необходимо указать разницу между терминами, применяемыми к видам туризма – «самостоятельный», «самодеятельный» и «индивидуальный». Индивидуальный туризм можно рассматривать как масштабное направление в туристской индустрии, противопоставленное массовому, включающее в себя, во-первых, отдельно самостоятельное, а во-вторых, организованное специализированной фирмой по запросам клиента путешествие. Самостоятельный или самодеятельный туризм – личный подход к организации поездки, который позволяет туристу определить маршрут, условия проживания, питания и другие услуги, которые ему необходимы, без участия в процессе туристских компаний. Это дает возможность туристам получить уникальный опыт и впечатления от путешествий и глубже знакомиться с местными культурами и традициями.

Индивидуальный туризм по сравнению с массовым начинает динамично развиваться в связи с воздействием последних событий 2018–2023 гг. на все сферы жизнедеятельности в России: пандемия коронавирусной инфекции, международный политический кризис (напряженные отношения с европейской и американской сторонами), цифровая и электронная трансформация экономической отрасли. Следствием данных процессов и явлений можно назвать закрытие туристических предприятий (востребованность в туристических порталах и платформах), перенаправление потоков на отечественное, внутреннее направление, проявление недоверия потребителей к организациям, занимающимся туристской деятельностью. Существует множество платформ и онлайн-ресурсов, которые позволяют туристам организовывать свои поездки более эффективным способом: «Tripadvisor», «GetYourGuide», «Островок», «Суточно.ру» и другие.

Актуальность самостоятельного туризма заключается в том, что все большее число туристов отказывается от собранных турпакетов и предпочитает организовывать свои поездки лично. Это связано с возможностью туристов самим выбирать места, которые соответствуют наилучшим образом их интересам и потребностям, а также позволяют экономить деньги на услугах туроператоров и агентов. Такой подход к формированию поездки является одним из наиболее перспективных направлений в туризме.

Современная теоретическая база располагает множеством исследований на тему специфики и проблематики индивидуального туризма. Например, А. В. Агамирова в работе «Особенности и перспективы развития программ индивидуальных туров» рассматривает понятийный аппарат индивидуального туризма, выявляет сущность и характеристики данного туристского продукта методом сравнения с массовым туром, определяет особенности разработки индивидуальных, а также самостоятельно сформированных туристами турпакетов, основные категории туристов [1]. М. Гунаре считает, что индивидуальный туризм – это современное перспективное направление, которое стало набирать обороты после пандемии COVID-19 [2]. Автор отмечает тренды постковидного туризма: большее доверие к отелям, чем частным средствам размещения; большая технологичность туристской индустрии и ее индивидуализация; изменение отношения к международным поездкам; развитие экологической и устойчивой повестки. Такие исследователи, как З. А. Макова и А. М. Лясун, выделяют особенности классификации индивидуального туризма и проводят сравнительную характеристику с массовыми видами туров [3; 4].

Таким образом, большинство отечественных исследователей считает индивидуальный туризм современным уникальным продуктом, который предоставляет широкий спектр гибких услуг, полностью отвечающих потребностям и запросам потребителей в современных условиях. Несмотря на существенный интерес к проблеме, значительным недостатком является рассмотрение индивидуального туризма только с теоретико-методологической точки зрения, без учета состояния международной политической обстановки, распределение туристических потоков в постковидное время, а также характер цифровизации туристской индустрии. В анализируемых работах отсутствуют прикладные исследования, касающиеся востребованности названного вида туров среди потенциальных потребителей и предложений по процессу оптимизации разработки и реализации индивидуальных турпродуктов с учетом их доступности путем трансформации современных виртуальных площадок и платформ.

По мнению зарубежных авторов, массовые туры носят наиболее «жесткий характер», поскольку пагубно воздействуют на культурное и природное наследие, аутентичность регионов и туристских дестинаций [17].

В иностранных публикациях подчеркивается, что самостоятельная форма туризма, как часть индивидуального, прежде всего ориентирована на внутренний рынок, является простой и доступной при помощи современных технологий, но при этом у российских туристов возникают трудности при соблюдении большого количества туристских формальностей, а также наблюдаются страхи, касающиеся надежности и безопасности турпродукта, комфорта и стоимости

услуг, оформления документов, необходимых для реализации путешествия¹⁸. Так, Б. Влодарчик и В. Кудны считают, что процесс формирования и реализации самостоятельного турпродукта упрощает схему взаимодействия потребителей и производителей туристских услуг при минимальном участии туроператоров, где ключевым инструментом в составлении поездки являются сервисы бронирования [18].

Таким образом, с точки зрения перечисленных зарубежных и российских исследователей феномена самостоятельного туризма, существуют проблемы для внедрения концепции данного направления в динамично меняющихся условиях и тенденциях современности. К проблемам можно отнести: гарантии безопасности для туристов, трудности в получении полной и достоверной информации о путешествии, финансовые риски, несоответствие ожиданий и результата, неопытность туристов в планировании маршрута и выборе услуг. Осознание перечисленных проблем, спроса на данные турпакеты, а также неактуальности массового туризма является важным условием для оптимизации процесса формирования данного типа туров, трансформации туристической отрасли в целом в условиях тотальной цифровизации и персонализации многих видов деятельности.

Материалы и методы

Тенденции развития и состояние туристической отрасли: современный аспект. В связи с последствиями таких глобальных событий, как пандемия коронавируса, международные политические кризисы, туристическая отрасль сильно пострадала. Ограничения на передвижение, особенно в авиационном и гостиничном секторах, а также потеря доверия потребителей привели к масштабному ущербу для стран, экономика которых основывалась на туризме. В таких государствах, как Италия, Китай, Испания, Таиланд, Египет и Турция, которые являются одними из крупнейших туристических рынков мира, потери составили миллиарды долларов.

Согласно данным международной статистики, вклад туризма в мировой ВВП в 2022 году составил 5,8 триллионов долларов. Но это все еще значительно ниже, чем до пандемии (9,63 триллионов долларов). В 2021 году, по данным В.А. Носкова с соавторами, из-за продолжающейся пандемии доля туристической отрасли сократилась еще больше – до 4,8 триллионов долларов [5].

Территориальная структура международного туризма постепенно восстанавливается и возвращается к доминированию туристских потоков в Европу. При этом наблюдается устойчивый рост числа туристических прибытий

¹⁸Individual tours: features, advantages and disadvantages / Editorial «Privet Madrid» // [blog.privetmadrid.com: travel blog website](https://blog.privetmadrid.com/en/individual-tours-features-advantages-and-disadvantages/). – Section of the site «Recent Posts». – URL: <https://blog.privetmadrid.com/en/individual-tours-features-advantages-and-disadvantages/> (access date: 06/27/2023). – Access mode: free

в Азиатско-Тихоокеанский регион. Третьим по количеству прибывающих туристов стал Американский регион. По оценке С.М. Яковлевой, несмотря на имеющиеся проблемы, быстрыми темпами растет число прибытий в Ближневосточный регион [6]. Согласно данным Всемирной туристической организации, как отмечает в своей публикации Е.А. Мягкова, «в 2022 году в мире было зарегистрировано около 900 млн международных туристических поездок» [7]. Это составляет 73 % объема туристских потоков 2019 года.

Наиболее заметный рост туристских прибытий можно было увидеть на Ближнем Востоке в 2022 году, так как регион стал принимающей стороной чемпионата мира по футболу в Катаре. Благодаря этому событию, турпотоку в ближневосточном регионе не хватило 17 %, чтобы полностью восстановиться до показателей 2019 года. В Европе туристские прибытия в 2022 году остановились на отметке 80 % от показателя допандемийного периода. Африке и Америке осталось восстановить около 35 % турпотока до данных 2019 года, в то время как Азии и Океании – 77 % из-за более поздних отмен ограничений.

Начало 2022 года было отмечено увеличивающимся спросом на зарубежный туризм в связи с открытием некоторых границ для России. Однако санкции и ограничения, которые были введены в связи с конфликтом на Украине, привели мировую туристическую индустрию в состояние неопределенности. Для России открыты границы некоторых государств, среди которых можно выделить популярные направления выездного туризма в 2022–2023 годах.

Лидирующее место для российских туристов занимает Турция (около 3 млн человек). Далее, по оценкам и расчетам специалистов, до 1 млн туристов посетили Абхазию. Третью и четвертую позиции занимают Египет и Объединенные Арабские Эмираты, соответственно (300000 и 280000 туристов). Пятерку лидеров замыкает Таиланд с количеством 200000 туристов. Также популярностью среди российских туристов, выезжающих за рубеж, пользуются Мальдивы (55000), Куба (30000), Шри-Ланка (28000) и Кипр (10000). Последней востребованной дестинацией из данного списка являются Сейшельские острова (8000 туристов)¹⁹.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, с января по апрель 2023 г. Центральный федеральный округ принял около 33 % туристов от общего числа въезжающих в страну. Туристский поток в Северо-Западный федеральный округ составил более 20 % от суммарного количества туристов, прибывших в РФ. Далее идут Южный федеральный округ (14,3 %),

¹⁹ Which foreign countries do Russian tourists choose in the summer of 2023 / ATOR Bulletin editorial board // atorus.ru: site of the association of tour operators. – Section of the site «Analitika». – URL: <https://www.atorus.ru/node/52677> (access date: 06/24/2023). – Access mode: free.

Приволжский федеральный округ (11,2 %), Сибирский федеральный округ (7,6 %), Уральский федеральный округ (6,3 %), Дальневосточный федеральный округ (3,8 %). Замыкает список Северо-Кавказский федеральный округ, турпоток в который составил 3 % (1,2 млн человек) от общего количества прибывших в РФ²⁰.

В нынешних условиях внутренний туризм в России стал более привлекательным. Однако Л.А. Каменская отмечает, что «этот сектор рынка туризма остается нестабильным и подвержен постоянным колебаниям» [8, с. 187]. Популярными направлениями внутреннего туризма являются Московская область (22 млн человек), Москва (18 млн человек), Красноярский край (17 млн человек), Петербург (8,1 млн человек), Крым (6,5 млн человек), Казань (3,3 млн человек)²¹.

Новые тенденции развития современного мира под воздействием факторов геополитического, демографического, социально-экономического, социокультурного и научно-технологического характера вызвали большие перемены и в направленности трансформации туристской индустрии. Они ярко отражаются в выделенных принципах развития туризма как на международном, так и на локальном уровне, которые показаны и охарактеризованы в таблице 1.

Таблица 1. Характеристика принципов и тенденций трансформации туристской индустрии в условиях современности

Современные тенденции развития туризма	Описание
1) глокализация	Туристический рынок в мире набирает обороты, становясь все более доступным и популярным. Это явление можно связать с упрощением процедур оформления документов, «развитием транспортной инфраструктуры и совершенствованием технологий коммуникации, а также с повышением уровня жизни в различных странах» [9, с. 603]. Наблюдается процесс локализации, т.е. адаптации туристических услуг к традициям и культуре региона, где они будут использоваться. Глобализация и локализация объединяются в единую глокализацию
2) устойчивый туризм	Способствует рациональному использованию природных и культурных ресурсов дестинации, создавая равновесие между потребностями туристской аудитории и сохранением

²⁰ Estimation of the tourist flow / edition «Rosstat» // rosstat.gov.ru: website of the Federal State Statistics Service. – Section of the site «Turizm». – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (date of access: 06/24/2023). – Access mode: free.

²¹ Tourism in Russia / editor «TAdviser» // tadviser.ru: information portal about the state, business and technologies. – Section of the site «Statyi». – URL: <https://www.tadviser.ru/a/233385> (date of access: 06/24/2023). – Access mode: free.

	аутентичности жизни местных жителей, а также развитию качества опыта туристов
3) ответственный туризм	Максимально адаптирован к природной и культурной среде принимающего региона и местных сообществ; «характеризуется лояльным предупредительным отношением к окружающей среде со стороны турфирм и туристов» [6, с. 132]
4) социальный туризм	Доступная возможность пользоваться услугами туризма без ограничений, т.е. люди могут свободно путешествовать независимо от уровня физической подготовки, возраста, финансовых возможностей
5) диверсификация	Это «поиск новых возможностей в уже существующих направлениях для создания новых туристических продуктов» [6, с. 129]. Эта стратегия подразумевает, что туристская индустрия должна быть всегда готова к экспериментам, искать новые источники доходов и создавать уникальные услуги и продукты, которые будут привлекать больше туристов
6) индивидуализация	Обычные стандартизированные туры все менее привлекательны для путешественников, которые хотят открыть для себя что-то новое, уникальное и необычное. Индивидуальные туры раскрывают перед туристом больший спектр возможностей и изучения окружающей среды. Эта тенденция обусловлена желанием большей свободы и гибкости в планировании поездки и заботой о собственных интересах
7) либерализация въезда-выезда	Обеспечение упрощенных визовых, паспортных, таможенных и иных видов туристских формальностей при пересечении границ
8) технологизация	Широкое использование IT-технологий в индустрии туризма и гостеприимства, стремительный рост электронного маркетинга
9) электронный туризм	Широкое распространение виртуальных экскурсий и гидов; появление мобильного туризма (использование IT-технологий в виде приложений для мобильных телефонов) [10]
10) виртуализация	Это настоящая инновация в индустрии, которая дает новый образ жизни туристу и преодолевает многие географические ограничения, а также экономит время потребителей. Представляет собой перенос в виртуальную реальность основных функций предприятий туристской индустрии
11) постмодернистские тенденции в туризме	Новые виды коммуникативного взаимодействия, виртуализация туризма и симуляция туристической реальности, «формирование новых типов и профилей туристов, таких как пост-туристы и эго-туристы, растущий спрос на нетрадиционные формы путешествий» [6, с. 132]
12) нишевой туризм	Дифференциация туристского рынка на множество узкоспециализированных областей с инновационной направленностью [11]

13) демографические тенденции	Рассмотрение социальных процессов в стране как основополагающих факторов влияния на экономические результаты деятельности турфирм: «ускоренный рост количества пожилых граждан, неполных семей; использование работодателями новых более гибких моделей занятости и т.д.» [6, с. 132]
14) развитие «индустрии впечатлений»	Зависимость роста доходности туристической индустрии от возможности получения потребителями новых впечатлений, положительных эмоций, уникального опыта.

Источник: Составлено авторами

Таким образом, актуальные проблемы в области туристской индустрии связаны непосредственно с рассмотренными выше направлениями развития отрасли. Среди них можно выделить следующие:

- внедрение цифровых технологий в сфере туризма, формирование экономики «пережитых эмоций и опыта» [6, с. 131];
 - индивидуализация и персонализация туристского продукта, специализация и узкая сегментация, диверсификация туристской деятельности и дестинаций [2];
 - оптимизация организации путешествий для всех слоев населения.
- Основные направления развития туристической отрасли определены в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», как отмечает Е.Г. Хмельченко [12].

Следовательно, в своей деятельности туристским организациям следует идти «в ногу со временем» и придерживаться основных аспектов трансформации туристской индустрии, выражающихся в индивидуализации и электронной технологизации туристской деятельности.

Особенности и преимущества индивидуального туристского продукта. Для определения положительных и негативных сторон индивидуального турпродукта необходимо провести его сравнительную характеристику с массовым туристским предложением по разработанным критериям (таблица 2).

Таблица 2. Основные различия между индивидуальным и массовым туром

Критерии	Индивидуальный туристский продукт	Массовый туристский продукт
Создание технологической карты путешествий	Соответствует индивидуальному плану, предпочтительному для туриста	Разрабатывается стандартная программа обслуживания [4]

Воздействие на сферу туризма	Прослеживается «мягкое» влияние, распределение туристских потоков	Характеризуется «жестким» воздействием, усугубление состояния наследия и регионов
Перемещение на транспорте	Среднескоростные и уникальные средства передвижения	Быстрые средства передвижения
Продолжительность	Продолжительные путешествия	Кратковременные путешествия
Форма тура по участникам	Семейные и индивидуальные туры, путешествия с друзьями	Носит массовый (в кругу незнакомых людей или схожих по роду деятельности) характер
Объект внимания	Впечатления и незабываемые эмоции	Достопримечательные места
Основные принципы	Активность и разнообразие	Комфорт и пассивность
Информационное обеспечение	Дестинация, местный образ жизни, важные события изучаются туристами заранее самостоятельно	Предварительная информационная подготовка к туру ограничена выданными туристу материалами
Отношение туриста к дестинации	Путешественник впитывает новые традиции и культуру	Преобладает чувство «потребителя», которого обязаны «обслужить» и хорошо
Отношение к покупкам в дестинации	Отражаются в сувенирах, связанных с каким-либо событием, дают яркие впечатления	Стандартный шопинг и сувениры, отражающие культурное и природное наследие региона
Главная характеристика портрета туриста	Путешественник тактичен и сдержан, спокойная тональность	Турист любопытен и наивен, громогласен
Длительность разработки и покупки тура	Долговременное формирование турпродукта	Минимальные временные затраты, поскольку тур уже готов
Даты и сроки	Согласуются с потенциальными потребителями тура	Фиксированные
Описание группы	От одного до пяти туристов	Пять и более туристов
Туристский маршрут	Обговаривается и составляется туристом с помощью компании или самостоятельно	Заранее сформированный
Набор услуг	Широкий спектр услуг (доступ к уникальным и эксклюзивным)	Базовый набор услуг
Перелет и переезд	Зависит от запросов клиента	Чартерный, регулярный
Экскурсионные услуги и развлечения	Персональный гид и подбор развлечений; аудио- и виртуальные экскурсии	Могут быть включены в пакет услуг по договоренности [4]

Цена	Рассчитывается по определенному тарифному плану, дороже, чем массовый турпродукт, но для туриста, формирующего тур самостоятельно, может обойтись дешевле [4]	Значительно ниже, чем от продажи индивидуальных туров, фиксированная стоимость [4]
Прибыль	Достаточно высокая для фирм, помогающим туристам организовать тур	Ниже по сравнению с индивидуальными турами
Комиссионные вознаграждения	Повышенные, не имеются, если турист формирует тур самостоятельно, без помощи фирм	Базовые (10 %)
Инструменты для формирования тура	Онлайн-платформы и приложения, интернет-технологии	Туристские предприятия и сервисы бронирования

Источник: Составлено авторами

Индивидуальные, а следовательно, и самостоятельные туры отличаются бюджетной стоимостью, широкими возможностями и незабываемым опытом в формировании собственного путешествия. Для массовых туров характерна относительно низкая стоимость, направленность на достопримечательности, большое количество человек в группе, а также стандартный набор услуг и их тарифная базовая стоимость.

Как у любого другого создаваемого туристского продукта, у индивидуальных путешествий есть как достоинства, так и недостатки с точки зрения их потребительских качеств и целевой аудитории. Они приведены в таблице 3, составленной авторами на основе использования материалов публикаций Е.Г. Хмельченко с соавторами [12], А.Ю. Шнякиной [13] и Е.А. Головиной.

Таблица 3. Достоинства и недостатки индивидуальных туристских продуктов

Достоинства	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> - персональная программа обслуживания и мероприятий [13]; - оригинальный маршрут путешествия; - автономность во время всей поездки; - разнообразие возможных вариантов организации тура: самостоятельно или с помощью туристских компаний [13]; - широкий спектр услуг (от основных до уникальных и эксклюзивных) 	<ul style="list-style-type: none"> - цена. Возможно ее повышение для группового турпакета; - время. Потребность в дополнительном времени на разработку индивидуального тура; - документы. Объем необходимой документации, например, для индивидуального выезда за границу увеличивается по сравнению с групповыми поездками;

	<ul style="list-style-type: none"> - ответственность. Турист отвечает сам за себя; - надежность и безопасность. Все риски турист принимает на себя
Преимущества	
<ul style="list-style-type: none"> - возможность уединения; - отсутствие очередей и ожиданий [14]; - получение новых незабываемых впечатлений и эмоций; - посещение непопулярных и самобытных мест; - саморазвитие и самореализация [14] 	

Источник: Составлено авторами

Таким образом, можно отметить основной недостаток индивидуального турпродукта – это временной и ценовой факторы, которые могут оттолкнуть потенциального потребителя. Но в то же время индивидуальный туризм становится все более популярным в связи с тем, что путешественники хотят больше свободы и более гибких возможностей. Самостоятельно составленный путешественником тур также может быть более экономичным (если потребитель расчетлив) в сравнении с групповыми турами, поскольку турист сам распоряжается бюджетом и не платит дополнительно за организацию тура (комиссионное вознаграждение турагента и туроператора, а также другие процентные надбавки, добавленные к себестоимости тура различными посредниками). Повысить надежность и безопасность реализации самостоятельного путешествия можно с помощью страховых компаний, которые также доступны для любой группы целевой аудитории. Но перечисленные преимущества подходят не всем категориям клиентов, а преимущественно лицам молодого и среднего возраста, которые умеют пользоваться онлайн-сервисами. Они активны, любознательны, ищут ярких впечатлений.

С точки зрения туристских организаций, негативные черты индивидуальных путешествий для турфирм заключаются в высоких требованиях к составлению программы обслуживания, исключительному профессионализму сотрудников и, как следствие, связанных с этим дополнительных затратах. К положительным факторам, как указывают А.С. Трушникова и И.Е. Карасев, можно отнести получение повышенной прибыли (высокой ставки комиссионного вознаграждения), рост репутации компании в глазах потребителей, пользующихся услугами самостоятельного туризма, появление VIP-туристов, а также лояльных клиентов [15].

Следовательно, в настоящее время индивидуальные туры не выгодны для туристских компаний, поскольку туристы часто пользуются услугами мобильных платформ и приложений, формирующих турпакет, что дает

возможность говорить о том, что доля самостоятельного туризма больше, чем частично организованного фирмами вида туристской деятельности.

На сайте «RUметрика» был проведен опрос, заключающийся в определении направлений, востребованных для самостоятельного и организованного массового туризма, результаты которого представлены Е.М. Лазаревой и А.В. Солонько [16, с. 529]. Исходя из анализа опроса, можно сделать вывод, что самостоятельный туризм пользуется большей популярностью у туристов, предпочитающих отдых внутри страны (26 %), что говорит о тесной взаимосвязи самодеятельного, как формы индивидуального, и отечественного турпродукта. Массовые туры востребованы, в большей степени, россиянами, путешествующими в Европу (25 %), поскольку созданные ограничения при пересечении границ некоторых государств сложно преодолимы со стороны индивидуальных туристов. Таким образом, по мнению респондентов, самостоятельный туризм преобладает на внутреннем рынке.

На вопрос, заданный подписчикам редакцией канала социальной сети России в 2022 году «Кому Вы доверяете организацию отдыха?», проголосовало около 2300 человек [16], большинство респондентов (43 %) остановилось на варианте ответа «Самостоятельно формирую поездку». На втором месте по количеству проголосовавших – ответ «Туристским компаниям» (28 %). 16 % опрошенных считает, что «Все зависит от того, что будет выгодней». Последнее место занимает ответ «Хочу посмотреть результат» (13 %). Таким образом, анализируя данные опроса, можно сделать вывод, что самостоятельный туризм пользуется наибольшей популярностью среди 2000 пользователей данного интернет-канала и что данный вид туристской деятельности развивается.

Результаты. Важной составляющей исследования феномена индивидуального туризма является всестороннее изучение рыночной конъюнктуры и реальная оценка его возможностей и проблем. При проведении аналитического и маркетингового анализа исследуемой сферы был сделан упор на качественный выбор целевой аудитории. Одним из лучших и практических методов взаимодействия с потенциальными потребителями является проведение анкетирования. Основными целями проведения настоящего анкетирования можно назвать:

- определение целевой аудитории самостоятельных туров;
- выявление спроса на самодеятельный турпродукт;
- исследование технологий организации самостоятельных путешествий;
- выделение важных проблем развития изучаемого вида туризма.

В опросе участвовал 331 человек, проживающий на территории Дальнего Востока. Анкета состоит из 15 вопросов, раскрывающих сущность проблематики. Она была составлена с помощью онлайн-сервиса «Google

Формы» и размещена в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники». Помимо основных целей, ответы респондентов позволили определить преимущества и недостатки самостоятельного, как формы индивидуального, тура, мнение о качестве услуг в туристских фирмах, а также денежную сумму, которую потребители готовы отдать за самостоятельно составленный турпакет.

Первый вопрос касался возрастной структуры опрошенных. В ходе анкетирования были выявлены следующие возрастные группы: 16–24 года – 74 человека (22,4 %), 25–40 лет – 157 человек (47,4 %), 41–60 лет – 66 человек (19,9 %) и более 60 лет – 34 человека (10,3 %).

Статистика ответов на второй вопрос анкеты (род деятельности респондентов) выглядит следующим образом: рабочий – 98 человек (29,6 %), студент – 62 человека (18,7 %), менеджер среднего звена – 39 человек (11,8 %), пенсионер – 34 человека (10,3 %), руководитель и другие виды деятельности – по 21 человеку (6,3 %), соответственно, представитель творческой профессии – 19 человек (5,7 %), служащий – 17 человек (5,1 %), домохозяйка – 11 человек (3,3 %) и предприниматель – 9 человек (2,7 %). Таким образом, наибольшее количество респондентов занимаются рабочей деятельностью, а на втором месте – студенческая занятость.

Третий вопрос предлагает опрошенным выбрать из списка их интересы и увлечения, связанные с отдыхом и туризмом (предлагается отметить несколько вариантов ответа). Наибольшее количество участников опроса предпочитает пляжный отдых – 284 человека (85,8 %), спорт и активные игры – 198 человек (59,8 %), а также лечение и оздоровление – 145 человек (43,8 %). Наименьшей популярностью пользуются ответы: садоводство – 15 человек (4,5 %), коллекционирование – 11 человек (3,3 %) и другие интересы – 5 человек (1,5 %).

Четвертый и пятый вопросы касались дохода и осведомленности участников опроса о самостоятельном туризме. Согласно результатам анкетирования, 264 респондента (79,8 %) имеют средний доход, 47 респондентов (14,2 %) – выше среднего и 20 респондентов (6 %) – ниже среднего. По итогам проведения интернет-опроса, 252 человека (76,1 %) знакомы с определением самостоятельного, как вида индивидуального, туризма, а 79 человек (23,9 %) – не встречались в жизни с этим понятием.

Шестой вопрос в анкете предлагал респондентам выбрать форму путешествия, которую они предпочитают больше всего. 44 человека (13,3 %) выбрали вариант ответа «поездка в группе, организованная туристской фирмой», 56 человек (16,9 %) – «индивидуальное путешествие, созданное туристской фирмой по Вашим запросам», 174 человека (52,6 %) – «самостоятельное формирование путешествия» и 57 человек (17,2 %) – «не знаю, сравню варианты,

какое будет более выгодным». Таким образом, большинство респондентов предпочитает отдых, составленный и организованный самостоятельно.

В ходе опроса были получены подробные данные о выборе формы отдыха, учитывая возрастные категории респондентов (таблица 4).

Таблица 4. Предпочтения анкетированных в форме отдыха среди разных возрастных групп

Возрастные категории	Групповой турпродукт	Индивидуальный тур, составленный туристской фирмой	Самостоятельный тур	«Смотря, какое предложение будет наиболее выгодным»	Итого, человек
16–24 года	6	18	34	16	74
25–40 лет	14	20	111	12	157
41–60 лет	18	9	28	11	66
Более 60 лет	6	9	1	18	34
Итого, человек	44	56	174	57	331

Источник: Составлено авторами

Исходя из анализа данных таблицы 4, можно отметить, что целевой аудиторией самостоятельного туризма является сегмент в возрасте от 25 до 40 лет (111 респондентов – 33,5 %), а также от 16 до 24 лет (34 респондента – 10,3 %). Это связано с тем, что данные группы более мобильны, испытывают дух авантюризма и умеют нести ответственность за себя во время поездки, умеют пользоваться современными цифровыми технологиями (туристскими онлайн-платформами, мобильными приложениями) для формирования и организации самостоятельного путешествия.

На вопрос «Какие источники Вы используете при планировании своего путешествия?» (седьмой вопрос) были даны следующие ответы: Интернет – 147 респондентов (44,4 %), советы знакомых – 89 респондентов (26,9 %), рекомендации туристских фирм – 34 респондента (10,3 %), ТВ-программы – 23 респондента (6,9 %), путеводители – 19 респондентов (5,7 %), журналы – 17 респондентов (5,1 %) и другие источники информации – 2 респондента (0,6 %). Таким образом, опрошенные пользуются услугами онлайн-инструментов и советами знакомых для планирования и дальнейшей организации своего путешествия.

Ответ на восьмой вопрос давал возможность анкетированным отметить преимущества самостоятельных туров (предлагалось выбрать несколько

вариантов ответа). Наиболее весомыми плюсами считаются возможность уединения (211 ответов – 63,7 %), персональная программа обслуживания (176 ответов – 53,2 %), а также получение незабываемого отдыха и впечатлений (164 ответа – 49,5 %). Наименьшее количество голосов получили: стоимость (39 ответов – 11,8 %), комфорт (36 ответов – 10,9 %), надежность и безопасность (19 ответов – 5,7 %).

Согласно результатам ответов на девятый вопрос, можно выделить основные минусы самостоятельных туров, по мнению потребителей (предлагалось выбрать несколько вариантов ответа). Большинство респондентов выбрало следующие три позиции: надежность и безопасность (301 респондент – 91 %), комфорт (167 респондентов – 50,5 %), а также стоимость (153 респондента – 46,2 %).

Десятый вопрос касался качества услуг туристских компаний по опыту путешествий потребителей или их близких. 249 человек (75,2 %) не доверяют туристским компаниям, а 82 человека (24,8 %) имеют противоположное мнение. Это прежде всего связано с последствиями распространения коронавирусной инфекции, когда многие предприятия отказывались от своих обязательств, прекращая свою предпринимательскую деятельность.

По итогам ответов на одиннадцатый вопрос (предлагалось отметить несколько вариантов ответа), когда анкетированные выбирали известные онлайн-платформы по оказанию услуг в сфере путешествий, можно сделать вывод, что сервисы по формированию поездок и путешествий пользуются преобладающим спросом среди других услуг (279 ответов – 84,3 %). Наименее востребованы сервисы по поиску точек питания (30 ответов – 9 %) и аренде транспорта (33 ответа – 10 %).

По результатам анализа достоинств сервисов бронирования (двенадцатый вопрос), по мнению потребителей (предлагается отметить несколько вариантов ответа), были выделены следующие популярные варианты: оптимизация путешествия (281 голос – 85 %), экономия времени и возможностей (233 голоса – 70,4 %), а также скидки, бонусы и акции (201 голос – 60,7 %).

Следующий вопрос касался определения основных минусов сервисов бронирования. При этом 275 человек (83 %) выбрали вариант «надежность и безопасность услуг», 202 человека (61 %) – «слишком перенасыщенный спектр услуг, не позволяющий определиться с параметрами тура», 197 человек (59,5 %) – «большое количество сервисов бронирования и отсутствие единого конструктора и помощника в формировании тура», 150 человек – «стоимость услуг» (45,3 %), 113 человек – «ограниченное количество уникальных предложений» (34,1 %). Наименьшую популярность имеет вариант ответа

«отсутствие персонального помощника или менеджера» (136 человек – 41 %) и «другие недостатки» (15 человек – 4,5 %).

В ходе проведения опроса были выявлены проблемы самостоятельного туризма (четырнадцатый вопрос). Статистика ответов выглядит следующим образом:

- удобный поиск и сравнение цен на разные туристские услуги (103 голоса – 31,1 %);

- оптимизация маршрута и планирования поездки (216 голосов – 65,3 %);

- удобная и быстрая оплата услуг (75 голосов – 22,7 %);

- обмен опыта с другими путешественниками (30 голосов – 9 %);

- персональные рекомендации по оказанию услуг (46 голосов – 13,9 %);

- автоматизация процесса бронирования, отмены брони в случае необходимости (228 голосов – 68,9 %);

- отсутствие привлекательных бонусных программ и скидок для постоянных пользователей (128 человек – 38,7 %);

- возможности использования более современных технологий (искусственный интеллект, виртуальная реальность) (214 человек – 64,7 %);

- удобный «личный кабинет» в приложениях по бронированию услуг и тура с широким функционалом (фиксирование моментов из путешествий, фото, видео, постов и прочее) (197 человек – 59,6 %);

- единое глобальное программное обеспечение, имеющее широкий спектр услуг и функционал (личный кабинет, бронирование услуг, персональный гид и менеджер и пр.) (254 голоса – 76,8 %);

- возможности оценки качества и оставления отзывов о туристских услугах (93 человека – 28 %).

Таким образом, популярными ответами считаются создание единого глобального конструктора по формированию самостоятельных путешествий, а также оптимизация маршрута и планирования поездки.

По результатам последнего вопроса анкеты по поводу материальных затрат на реализацию тура, приемлемая стоимость самостоятельного путешествия для респондентов составляет от 50000 до 60000 рублей (197 ответов – 59,5 %). Остальные варианты ответов варьируются от 6,3 % до 17,8 %.

Выводы. Подводя итоги анкетирования, можно сделать следующие выводы:

- целевой аудиторией самостоятельного туризма являются две возрастные категории: от 25 до 40 лет и от 16 до 24 лет, то есть молодое поколение, которое в условиях современности умеет пользоваться цифровыми платформами в области туристской деятельности;

- индивидуальный, самостоятельно сформированный туристский продукт

весьма востребован потребителями и пользуется высоким спросом;

- основными технологиями организации самостоятельных путешествий являются туристские онлайн-площадки, программы, сайты и мобильные приложения, а доверие к туристским фирмам остается на стабильно низком уровне в связи с последствиями распространения COVID-19 и другими международными событиями, оказывающими влияние на рынок российского туризма;

- потребители отмечают важность создания единого глобального конструктора самостоятельных туров, оптимизирующего планирование и организацию поездки, с использованием современных возможностей и достижений в науке и обоснованием его полезности как для туристов, так и для туристских предприятий;

- важными проблемами самостоятельного туризма являются надежность и безопасность, комфорт, а также стоимость услуг.

Заключение. Таким образом, индивидуальный туризм – это перспективный вид туристской деятельности, представленный в следующих двух формах: формировании уникального турпродукта по запросам и желаниям потребителей с участием туристических организаций (туроператоров и турагентов) и самостоятельном составлении, а также планировании поездки с помощью современных цифровых технологий (сайтов, мобильных приложений, туристских онлайн-сервисов).

В связи с пандемией коронавирусной инфекции и различного рода кризисами в международных политических отношениях отечественный туризм является приоритетным направлением в настоящее время. Самостоятельный туризм, как часть индивидуального, можно назвать феноменом современности, поскольку многие российские путешественники совершают поездки самостоятельно, выбирая услуги и планируя бюджет, развивая таким образом туристскую индустрию внутри страны. Данное явление позволяет туристам получить уникальный опыт и незабываемые впечатления, большую свободу выбора и вариативность при составлении плана поездки без надбавок и дополнительных комиссий к себестоимости тура, воспользоваться эксклюзивными услугами поставщиков услуг в сфере туризма.

Кроме того, самостоятельный туризм позволяет равномерно распределить туристские потоки между регионами и динамично совершенствовать инфраструктуру внутреннего туризма России.

В целом, подводя итоги исследованиям, можно выделить основные позиции:

- самостоятельный туризм в настоящее время динамично развивается и вызывает интерес у пользователей социальных сетей и интернет-площадок;

- данный вид туризма ориентирован на отечественный рынок; его преимущества контрастно выделяются на фоне проявления актуальных тенденций развития туристской индустрии;

- проблемы самостоятельного туризма являются решаемыми: цена может быть снижена расчетливыми туристами и рациональным распределением услуг, надежность и безопасность может быть обеспечена страховой компанией и индивидуальными сопровождающими;

- при разработке тура вариант, разработанный потребителем, может быть выгоднее, чем альтернатива от туристской фирмы (это связано с окружением и внешними факторами компании).

Список источников

1. **Агамирова Е. В.** Особенности и перспективы развития программ индивидуальных туров // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2019. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-perspektivy-razvitiya-programm-individualnyh-turov> (дата обращения: 25.07.2023). doi:10.12737/11298.

2. **Гунаре М., Афанасьев О. Е.** Индивидуальный туризм в ожидании перемен // Сервис в России и за рубежом. – 2020. – Т. 14, № 2(89). – С. 197–204.

3. **Макоева З. А., Курашинова Д. М.** Индивидуальный туризм в России: состояние и тенденции // Аллея науки. – 2019. – Т. 1, № 6(33). – С. 226–230.

4. **Лясун А. М., Богоино Н. И.** Теоретические аспекты исследования индивидуального туризма в контексте инновационного развития // Беларусь в современном мире: материалы XX Международной научной конференции, посвященной 100-летию образования Белорусского государственного университета, Минск, 29 октября 2021 года / Редколлегия: Е. А. Достанко (гл. ред.) [и др.]. – Минск: Белорусский государственный университет, 2021. – С. 439–445.

5. **Носков В. А., Жигачев В. А., Носкова М. В.** Оценка состояния туристической отрасли в России и мире в современных реалиях // Всероссийские научные чтения: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, Петрозаводск, 11 апреля 2023 года. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука», 2023. – С. 64–70.

6. **Яковлева С. И.** Современные тренды международного туризма // Вестник Тверского государственного университета. Серия: География и геоэкология. – 2020. – № 1(29). – С. 124–135. doi: 10.26456/2226-7719-1-2020-124-135.

7. **Мягкова Е. А.** Международный туризм в 2022 году оказался на 37 % ниже допандемийного 2019 года // Atorus.ru: сайт ассоциации туроператоров. – Раздел сайта «Аналитика». – URL:

<https://www.atorus.ru/node/51037> (дата обращения: 24.06.2023). – Режим доступа: свободный.

8. **Каменская Л. А., Газзаев Т. А.** Состояние и тенденции развития туристской сферы в современных условиях // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – № 2(96). – С. 186–189.

9. **Юсупов Э. Э.** Тенденции развития мирового рынка туристических услуг // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства: сборник научных трудов / под общей редакцией З. О. Адамановой. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография “Ариал”», 2022. – С. 601–604.

10. **Бочков П. В.** Развитие туристско-рекреационной сферы в современных геополитических условиях // Урал – драйвер неиндустриального и инновационного развития России: материалы IV Уральского экономического форума, Екатеринбург, 20–21 октября 2022 года / Ответственные за выпуск: Я. П. Силин, В. Е. Ковалев. – Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2022. – С. 218–222.

11. **Камаева А. А.** Проблемы и пути решения развития туристической отрасли России в контексте современных вызовов // Туризм и национальные проекты Российской Федерации: материалы международной научно-практической конференции, Сочи, 03–06 октября 2022 года. – Сочи: Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Федеральный исследовательский центр “Субтропический научный центр Российской академии наук”», 2022. – С. 169–175.

12. **Хмельченко Е. Г., Корсаков И. В., Кулакова С. В.** О развитии туристической отрасли в Российской Федерации // Муниципальная академия. – 2023. – № 1. – С. 74–79.

13. **Шнякина, А. Ю.** Особенности индивидуальных и групповых туров / А. Ю. Шнякина // Новая наука: история становления, современное состояние, перспективы развития: сборник статей Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 25 августа 2021 года. – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «Аэтерна», 2021. – С. 104–110.

14. **Головина Е. А.** Преимущества самостоятельно организованных путешествий перед турпакетом // Новая экономика, бизнес и общество: сборник материалов Апрельской научно-практической конференции молодых исследователей, Владивосток, 11-19 апреля 2022 года. – Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, 2022. – С. 963–965.

15. **Трушников А. С., Карасев И. Е.** Самостоятельное планирование туров – новое направление в сфере туризма // Экономика, менеджмент, сервис: проблемы и перспективы: материалы III Международной научно-практической конференции, Омск, 10–11 ноября 2021 года / Омский государственный технический университет. – Омск: Омский государственный технический университет, 2021. – С. 124–125.

16. **Лазарева Е. М., Солонько А. В.** Динамика рынка самостоятельного туризма в России // География: развитие науки и образования: коллективная монография по материалам Международной научно-практической конференции, посвященной 155-летию со дня рождения Владимира Ивановича Вернадского, Санкт-Петербург, 18–21 апреля 2018 года / Ответственные редакторы В. П. Соломин, В. А. Румянцев, Д. А. Субетто, Н. В. Ловелиус. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 2018. – Том II. – С. 528–531.

17. **Phaosathianphan N., Leelasantitham A.** A plenary free individual traveler life cycle for assessment of adoption intelligent travel assistant – Thailand: Technology of Information System Management Division, Mahidol University, 2020. – Volume 6, Issue 7. – P. 1–13.

18. **Włodarczyk B., Cudny W.** Individual Low-Cost Travel as a Route to Tourism Sustainability // Sustainability, August 23, 2022 / Academic Editors: Juan Ignacio Pulido-Fernández and J. Andres Coca-Stefaniak. – Poland: Institute of Urban Geography, Tourism Studies and Geoinformation, Faculty of Geographical Sciences, 2022. – P. 1–21.

References

1. **Agamirova E. V.** Features and prospects for the development of individual tour programs // Bulletin of the association of universities of tourism and service. – 2019. – No. 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-perspektivy-razvitiya-programm-individualnyh-turov> (date of access: 06/23/2023). doi:10.12737/11298.

2. **Gunare M., Afanasiev O. E.** Individual tourism in anticipation of change // Service in Russia and abroad. – 2020. – Т. 14, No. 2 (89). – P. 197–204.

3. **Makoeva Z. A., Kurashinova D. M.** Individual tourism in Russia: state and trends // *Alleya nauki*. –2019. – V. 1, No. 6 (33). – P. 226–230.

4. **Lyasun A. M., Bogino N. I.** Theoretical aspects of the study of individual tourism in the context of innovative development // Belarus in the modern world: materials of the XX International scientific conference dedicated to the 100th anniversary of the formation of the Belarusian State University, Minsk, October 29, 2021 / Editorial Board: E. A. Dostanko (editor-in-chief) [and others]. – Minsk: Belarusian State University, 2021. – P. 439–445.

5. **Noskov V. A., Zhigachev V. S., Noskova M. V.** Assessment of the state of the tourism industry in Russia and the world in modern realities // Russian Scientific Readings: a collection of articles of the Russian Scientific and Practical Conference, Petrozavodsk, April 11, 2023. – Petrozavodsk: International Center for Scientific Partnership «Novaya Nauka», 2023. – P. 64–70.

6. **Yakovleva S. I.** Modern trends in international tourism // Bulletin of Tver State University. Series: Geography and geocology. – 2020. – No. 1 (29). – P. 124–135. doi: 10.26456/2226-7719-1-2020-124-135.

7. **Myagkova E. A.** International tourism in 2022 was 37% lower than the pre-pandemic 2019 // atorus.ru: website of the association of tour operators. – Section of the site «Analitika». – URL: <https://www.atorus.ru/node/51037> (date of access: 06/24/2023). – Access mode: free.

8. **Kamenskaya L. A., Gazzaev T. A.** State and trends in the development of the tourism sector in modern conditions // Economics and business: theory and practice. – 2023. – No. 2 (96). – P. 186–189.

9. **Yusupov E. E.** Trends in the development of the world market of tourist services // National economic systems in the context of the formation of a global economic space: a collection of scientific papers / edited by Z. O. Adamanova. – Simferopol: Limited Liability Company «Izdatelstvo Tipografiya «Arial», 2022. – P. 601–04.

10. **Bochkov P. V.** Development of the tourist and recreational sphere in modern geopolitical conditions // Ural as a driver of neo-industrial and innovative development of Russia: materials of the IV Ural Economic Forum, Ekaterinburg, October 20–21, 2022 / Responsible for the release: Ya. P. Silin, V. E. Kovalev. – Ekaterinburg: Ural State University of Economics, 2022. – P. 218–222.

11. **Kamaeva A. A.** Problems and ways of solving the development of the tourism industry in Russia in the context of modern challenges // Tourism and national projects of the Russian Federation: materials of the international scientific and practical conference, Sochi, October 03–06, 2022. – Sochi: Federal State Budgetary Institution of Science «Federalnyy issledovatel'skiy tsentr "Subtropicheskiy nauchnyy tsentr Rossiyskoy akademii nauk"», 2022. – P. 169–175.

12. **Khmelchenko E. G., Korsakov I. V., Kulakova S. V.** About development of the tourism industry in the Russian Federation // Municipal Academy. – 2023. – No. 1. – P. 74–79. (In Russian)

13. **Shnyakina A. U.** Features of individual and group tours // New Science: history of formation, current state, development prospects: collection of articles of the International Scientific and Practical Conference, Ekaterinburg, August 25, 2021. – Ufa: Limited Liability Company «Aeterna», 2021. – P. 104–110.

14. **Golovina E. A.** Advantages of self-organized travel over a tour package // New economy, business and society: collection of materials of the April Scientific and Practical Conference of Young Researchers, Vladivostok, April 11–19, 2022. – Vladivostok: Far Eastern Federal University, 2022. – P. 963–965.

15. **Trushnikova A. S., Karasev I. E.** Independent planning of tours – a new direction in the field of tourism // Economics, management, service: problems and prospects: materials of the III International scientific and practical conference, Omsk, November 10–11, 2021 / Omsk State Technical University. – Omsk: Omsk State Technical University, 2021. – P. 124–125.

16. **Lazareva E. M., Solonko A. V.** Dynamics of the independent tourism market in Russia // Geography: the development of science and education: a

collective monograph based on the materials of the International scientific and practical conference dedicated to the 155th anniversary of birthday of Vladimir Ivanovich Vernadsky, St. Petersburg, April 18-21, 2018 / Managing editors V. P. Solomin, V. A. Rumyantsev, D. A. Subetto, N. V. Lovelius. – St. Petersburg: Russian State Pedagogical A. I. Herzen University, 2018. – Volume II. – P. 528–531.

17. Phaosathianphan N., Leelasantitham A. A plenary free individual traveler life cycle for assessment of adoption intelligent travel assistant – Thailand: Technology of Information System Management Division, Mahidol University, 2020. – Volume 6, Issue 7. – P. 1–13.

18. Włodarczyk B., Cudny W. Individual Low-Cost Travel as a Route to Tourism Sustainability // Sustainability, August 23, 2022 / Academic Editors: Juan Ignacio Pulido-Fernández and J. Andres Coca-Stefaniak. – Poland: Institute of Urban Geography, Tourism Studies and Geoinformation, Faculty of Geographical Sciences, 2022. – P. 1–21.